

## ABSTRAKSI

**META SARI, 1916120090**

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIPCREAM* PADA KALANGAN MAHASISWI ANGKATAN 2019/2020 DI STIE PUTRA PERDANA INDONESIA TANGERANG”**

Skripsi, Program Studi Manajemen, 2023

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian

(xi+106+Lampiran)

Abstraksi: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *lipcream* pada kalangan mahasiswi angkatan 2019/2020 di STIE PPI Tangerang. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dan pengambilan sample 70 orang dari 199 mahasiswi. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25. Sedangkan teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis (uji t dan uji f). Dari hasil uji t parsial untuk kualitas peoduk (X1) diperoleh  $t_{hitung} 4,735 > t_{tabel} 1,668$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Sedangkan untuk variabel promosi (X2) diperoleh  $t_{hitung} 4,057 > t_{tabel} 1,668$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel promosi (X2) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Apabila secara simultan untuk kualitas produk (X1) dan promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) yang berdasarkan hasil uji F (Anova) atau  $F_{hitung}$  sebesar 36,697 dimana lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,134 dengan signifikansi 0,000 karena  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan promosi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).